

отечественной журналистики. История и современность» Международной научно-практической конференции «Журналистика в 2011 г. Ценности современного общества и СМИ». М.: Факультет журналистики МГУ. 2012. С. 36-41.

7. Корнева Е. В Пермском крае подвели итоги миграционной политики за прошедший год // Первый пермский правовой портал. [Электронный ресурс]. Доступно на: URL: <http://territoriaprava.ru/topics/56271> (режим доступа – свободный).

8. Антипов К.А. Проблемы трудовой миграции в Пермском крае // Историческая и социально-образовательная мысль. 2012. №4 (14). С. 151-152. [Электронный ресурс]. Доступно на: URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/prob-lemu-trudovoy-migratsii-v-permskom-krae> (режим доступа – свободный).

МЕНЕДЖМЕНТ НОВОСТЕЙ И СПИНДОКТОРИНГ В СОВРЕМЕННОЙ РОССИЙСКОЙ ПОЛИТИКЕ

В.В. Лаптев,

Казанский (Приволжский) федеральный университет, доцент

E-mail: vavla@rambler.ru

Аннотация: статья посвящена особенностям менеджмента новостной информации и явлению спиндокторинга в современной российской политике.

Ключевые слова: политический спиндокторинг, PR-технологии, масс-медиа, информация.

Summary: This article contains specifications of the news information management and spindoktoring phenomenon in contemporary Russian politics.

Keywords: political spin-doctoring, PR-technologies, mass-media, information.

Из вспомогательного инструмента информация превратилась в один из важнейших двигателей жизни современного общества. В сложившейся ситуации практически на всех рынках – экономическом, политическом, культурном и т.д. – идет серьезная конкуренция за то, чья именно информация будет востребована и использована. Успех в этой конкурентной борьбе зависит от двух основных моментов, а именно: сможет ли попасть сообщение в СМИ, и если да, то в каком объеме. Именно СМИ, благодаря своей способности фокусировать внимание общества на тех или иных социально значимых проблемах, играют в современном обществе роль своеобразного «катализатора» общественно-политических процессов. Новости же, являющиеся отражением внимания общественного мнения к тому или иному вопросу, представляют сегодня важнейший инструмент управления социальными, экономическими и политическими процессами в обществе. В связи с этим, управление или менеджмент но-

ностей стал сегодня одним из главных направлений работы специалиста, работающего в сфере связей с общественностью.

В самом общем виде можно сказать, что выбор новостного материала диктуется соображениями важности и интересности события, его значения сравнительно с другими событиями, которые в принципе могли бы попасть в новостной выпуск. Кроме того, выбор тематики часто зависит от фактора времени, в течение которого редакции приходится решать, освещать ли событие после того, как нем упомянули другие СМИ, продолжать ли его освещать по прошествии некоего числа дней после первого сообщения о нем. Однако в современных условиях процесс производства и распространения новостной информации далеко не всегда определяется объективными требованиями, сформулированными в новостной журналистике, а именно масштабностью, последствиями и читательским / зрительским интересом, что особенно ярко проявляется в политической сфере жизни общества. Информация, способная влиять на общественное мнение и изменить соотношение политических сил как внутри страны, так и на международной арене, становится объектом манипулирования на политическом рынке.

Наиболее простым решением проблемы управления информацией являются действия, направленные на прямое, либо косвенное управление самими СМИ. К методам прямого управления СМИ относится совокупность нормативно-правовых актов, регулирующих деятельность СМИ, определяющие правила регистрации СМИ, ответственность за правонарушения в сфере получения и распространения информации, контроль над СМИ со стороны органов государственной власти. Посредством ужесточения или, напротив, либерализации механизмов регистрации СМИ, привлечения их к ответственности за различного рода нарушения, наконец, прямого контроля над содержанием СМИ, органы исполнительной власти воздействуют на процесс новостного производства, укрепляя или ослабляя позиции тех или иных общественно-политических и экономических субъектов. В качестве косвенных, неформальных методов управления СМИ выделяют такие, как: а) формирование круга доверенных лиц, б) приоритетную (эксклюзивную) подачу информации, в) ограничение распространения информации. Безусловно, в данном случае речь идет не об эффективном использовании современных PR-технологий, а скорее о результативности административных ресурсов, используемых властью.

Отметим, что в современной России три крупнейших общенациональных вещателя страны, доступ к которым имеют 99% россиян, – «Первый канал», ВГТРК и НТВ, чья информационная политика жестко контролируется государством, обладают фактической монополией на определение политической «повестки дня». Этот факт сам по себе определяет особенности развития как собственно российского медиарынка, так и вектор развития политических PR-технологий, расцвет которых следует все же отнести ко второй половине 1990-х гг. Вместе с тем менеджмент новостей и использование спиндокторинга в современной России представляет собой свершившийся факт, анализ которого позволяет судить и об особенностях развития политического рынка в стране.

Как и многие современные PR-технологии, явления менеджмента новостной информацией и спиндокторинг пришли в современную Россию из западной, прежде всего американской политической практики. Эти явления имеют достаточно долгую историю развития, хотя само словосочетание «спин-доктор» впервые было употреблено в 1984 г. [1] В смысловом значении спиндокторинг означает «исправление» освещения события в масс-медиа, после того как информационное развитие приняло неблагоприятный оттенок. Это предполагает подачу событий в более благоприятном виде. Именно в руках спиндоктора находится продолжение либо прекращение жизни события с помощью специально сконструированного цикла прохождения новостей.

Деятельность спиндокторов заключается в смысловой обработке (интерпретировании) событий, фактов и новостной информации в целом. В отличие от журналистов, объектом профессиональной деятельности которых является факт, спиндоктор дает его интерпретацию. Не массовая аудитория, а сами журналисты являются основной «мишенью» спиндокторинга. С социально-политической точки зрения работа спиндоктора представляет собой скрытое управление СМИ. Спиндоктор организует и реорганизует событие в его коммуникативной плоскости. Основным аспектом каждого организуемого события становятся его последствия для массовой аудитории.

Как мы видим, понятие спиндокторинга близко по своему смысловому значению к манипулированию информацией, означающей действия, направленные на программирование мнений, устремлений, целей масс и психических состояний населения. Спиндокторинг представляет собой процесс дальнейшего развития технологий пропаганды и манипулирования общественным мнением, разумеется, в формах, не запрещенных законодательно. Одновременно с этим использование нового термина позволяет PR-специалисту или политтехнологу уйти от «режущих слух» обывателя понятий «пропаганда», «манипуляция».

Основные методы спиндокторинга сегодня незначительно отличаются от хрестоматийной Азбуки пропаганды. Среди методов можно выделить запаздывание «плохой» информации, неоднозначное информирование, увод внимания, реинтерпретация своей негативной ситуации и т.д. [2]. В конечном счете все эти методы направлены на создание позитивного контекста для смягчения отрицательного события.

Рассматривая современную российскую ситуацию, еще раз подчеркнем: ее основной особенностью является сужение пространства использования политических PR-технологий при фактической монополии правящей политической элиты на доступ к общероссийскому медиапространству. Сегодня в России наиболее очевидно проявляется подмена конструктивного политического пиара, проявляющегося в форме открытого диалога между властью и обществом посредством СМИ, повсеместным использованием административного ресурса, а технологии менеджмента новостей и спиндокторинга следует искать именно в работе исполнительной власти.

На протяжении последних 15 лет спиндокторинг в России развивался именно как инструмент в руках политической элиты, направленный на преодоление кризисных явлений в процессе политической коммуникации с россий-

ским обществом. От трагедии подводной лодки «Курск» до событий вокруг юго-восточной Украины спиндокторинг остается одним из основных элементов управления общественным мнением россиян. От первых опытов экранного расследования гибели «Курска» и до оглушающего потока информации о жестокостях Национальной гвардии Украины, творимых ею на Донбассе, мы видим все расширяющийся арсенал приемов и методов работы российских спиндокторов.

Украинский кризис сегодня дает достаточно полное представление о направленности и масштабах явления спиндокторинга в российской политике. Равно как и официальная американская пропаганда во время Афганской войны 2000-х гг., государственные СМИ в России активно используют методы параллельного наращивания «выгодного» негатива (трагедия в одесском Доме профсоюзов – «одесская Хатынь» [3]), неоднозначное информирование (информация о санкциях со стороны Евросоюза и Америки накладывается на информацию о развитии сельского хозяйства в России). На формирование положительного общественного мнения нацелена фразеология официальных лиц российского государства и государственных масс-медиа (о ситуации в целом – «война на уничтожение», «братоубийственная война на Украине», «Украина движется по пути национального раскола»; об украинской власти – киевская Хунта и т.д. [4]).

Российские власти зачастую замалчивают негативную информацию, прежде всего, о настроениях самих украинцев, в том числе и жителей русского юго-востока Украины. Так, по данным исследований Фонда Демократические инициативы им. Илька Кучерива и Киевского международного института социологии, за присоединение юго-восточных областей к Российской Федерации высказались 12,4%, против – 74,4%, затруднились ответить – 13,2% опрошенных [5].

При этом политический спиндокторинг в России нацелен в первую очередь на «внутреннее потребление», в то время как серьезная кризисная ситуация на международной арене, в которой оказалось российское государство во время военных действий на юго-востоке Украины и в особенности после катастрофы малазийского «Боинга», остается критической. Здесь сказывается нехватка информационных ресурсов, а также уже сформированный негативный имидж России в глазах западного общественного мнения, «подпитываемый» ситуацией вокруг присоединения Крыма к России. Однако и в этой ситуации существуют позитивные моменты, а именно активная позиция России по доставке гуманитарной помощи в охваченные войной районы, при активном привлечении международных гуманитарных организаций, выступающих в качестве «беспристрастных судей» добрых намерений российского государства.

Подводя итоги, еще раз подчеркнем, что на современном этапе управления новостями спиндокторинг является одним из основных инструментов мобилизации общественного мнения, служит целям обеспечения информационной безопасности государства в кризисных ситуациях, при этом оставаясь скорее методом решения тактических, нежели стратегических задач. Эффективность использования методов спиндокторинга в современной России во многом определяется высокой степенью монополизации медиаресурсов в руках государства. Отметим, что спиндокторинг далеко не столь эффективен на международной арене и, конечно, не является «панацеей от всех бед» как для политической

элиты страны, так и для российской политики в целом. Спиндокторинг остается элементом антикризисного PR, который призван помочь в конкретной уже сложившейся ситуации, в то время как долгосрочные политические решения, определяющие развитие страны, остаются на совести конкретных политических деятелей. Опыт применения как мировой, так и российской практики спиндокторинга свидетельствует об одном – он может лишь объяснить целевой аудитории уже произошедшее, но никак не заменить отсутствие продуманной стратегии действий.

ЛИТЕРАТУРА И ИСТОЧНИКИ

1. *Федорченко С.Н.* PR-технология спиндокторинга. [Электронный ресурс]. Доступно на: URL: <http://www.evestnik-mgou.ru/Articles/Doc/154> (режим доступа – свободный).
2. *Почетцов Г.Г.* Спин-доктор и его работа: нетрадиционные методы управления информационным пространством. [Электронный ресурс]. Доступно на: URL: <http://www.telekritika.ua/lyudi/2001-11-30/1945> (режим доступа – свободный).
3. *Киселев М.* 116 человек заживо сожжены фашистами в Одессе. [Электронный ресурс]. Доступно на: URL: <http://www.vesti.ru/doc.html?id=1550135> (режим доступа – свободный).
4. Юго-восток Украины: война на уничтожение? [Электронный ресурс]. Доступно на: URL: <http://www.1tv.ru/prj/tolstoy/vypusk/32315> (режим доступа – свободный).
5. Украинцы против идеи федерализации страны – социсследования. [Электронный ресурс]. Доступно на: URL: <http://korrespondent.net/ukraine/politics/3314259-ukrayntsy-protyv-ydey-federalyzatsyy-strany-sotsyssledovaniya> (режим доступа – свободный).

ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ВОСПРИЯТИЯ СОБСТВЕННО ЖУРНАЛИСТСКОГО ТЕКСТА

Е.В. Никитина,

Южно-Уральский государственный университет (г. Челябинск), студентка

E-mail: e-w-nikitina@yandex.ru

Аннотация: для журналиста остро стоит вопрос, как сделать конкурентоспособный материал. Для этого ему важно понимать, с помощью каких механизмов происходит взаимодействие текста и реципиента. Восприятие журналистских текстов зависит от ряда факторов, один из решающих – установка на восприятие издания, но в данной статье будут рассмотрены иные, не менее значимые, факторы.

Ключевые слова: журналист, журналистский текст, восприятие журналистского текста, влияние журналистского текста, реципиент (аудитория, продуцент, коммуникант) материал, конкурентоспособность материала.